

anaxia



# BUSINESS PLAN



## DEFINITION

Il s'agit d'un document de synthèse complet, précis et suffisamment détaillé pour comprendre qui vous êtes, ce que vous voulez, la nature exacte de votre projet d'entreprise et sa faisabilité économique.

## POUR QUI ?

Le business plan peut être réalisé en interne dans le cadre du développement de l'entreprise ou à l'appui d'un plan stratégique.

Il vous sera demandé par les banques ou les financeurs pour accompagner un projet de création d'entreprise, d'investissement ou de croissance externe.

# PREMIÈRE PARTIE :

## INTRODUCTION ET

## GÉNÉRALITÉS

Vous trouverez de nombreux modèles, mais dans tous les cas, il faudra prendre soin de l'adapter à votre projet, à sa nature, l'activité, mais également en fonction de son importance.

Dans tous les cas, il conviendra qu'il soit clair, précis, synthétique et convaincant.

En effet, il servira à retenir l'intérêt de votre interlocuteur : banquier, associé, ou investisseur qui devrez comprendre rapidement et précisément ce dont il s'agit.

D'autres informations plus détaillées ou plus techniques pourront être données par ailleurs dans un second temps.

Contenu du business plan.

ANNEXE

## QUI ÊTES-VOUS ?

Vous devez vous présenter, vous et votre équipe et convaincre que vous avez la capacité par votre parcours et votre expérience à porter le projet qui est présenté.



## PRÉSENTATION DU PROJET

Que voulez-vous faire ? Pourquoi et comment est né le projet que vous souhaitez développer et qu'elles sont les perspectives à court et moyen terme.

Vous ferez attention à ne pas utiliser des termes trop techniques. Vous ne vous adressez pas forcément à des spécialistes de votre métier, mais plutôt à des généralistes de l'entreprise.

À ce stade de la rédaction, votre interlocuteur doit être convaincu de l'intérêt de lire la suite du document.

**BUSINESS**

**P L A N**

# DEUXIEME PARTIE : DESCRIPTION DES ASPECTS OPÉRATIONNELS



## PRÉSENTATION DES PRODUITS ET VOS SERVICES

Vous présenterez différents secteurs d'activité de sorte à comprendre de manière exhaustive quelles sont celles qui sont principales, secondaires ou éventuellement accessoires.



## LE MARCHÉ ET LA CLIENTÈLE

Sur la base d'une étude de marché expliquer quels sont vos clients potentiels, s'il s'agit d'un marché de particulier ou d'un marché de professionnels par exemple.

Précisez la zone géographique ou de chalandise sur laquelle vous allez intervenir. Identifier quelles sont les acteurs en place et vos concurrents potentiels, tout en précisant quel est votre différenciation.

Enfin expliquez quelle sera votre place sur le marché et vos perspectives d'activités sur celui-ci.

## LE PRIX DES PRODUITS

Vous devez vous positionner, par la nature de vos produits et votre gamme de prix, sur le marché que vous souhaitez conquérir. Vos prix doivent être en cohérence avec votre positionnement et être ni trop élevés ni trop bas.

C'est un choix important qui aura une incidence sur la politique commerciale et les actions marketing que vous allez mettre en œuvre.

La politique de prix est un choix stratégique qui vous engage sur l'avenir avec une forte incidence sur le résultat.

## LA POLITIQUE MARKETING

Il s'agit de donner une image de marque à vos produits et à votre entreprise. Là aussi, ce sont des choix qui ont des conséquences sur le long terme.

Elle doit être en concordance à la fois avec la clientèle visée et la politique de prix retenue.





## LA POLITIQUE COMMERCIALE

Par quel moyen allez-vous vendre vos produits ou vos services. Par des commerciaux directement aux clients, en magasins, par le biais de distributeurs ou bien encore à l'aide d'un site de e-commerce ... précisez-le

Le coût doit être chiffré dans la mesure du possible.



## LA POLITIQUE D'ACHAT OU LA SOUS-TRAITANCE

Si votre activité est une activité de négoce ou de production, il faudra préciser qui seront vos fournisseurs, les relations que vous avez eues et les raisons pour lesquelles vous les avez retenus.

Vous apporterez des éléments qui permettent de s'assurer qu'ils seront dans la capacité de vous vendre les produits que vous souhaitez commercialiser aux conditions tarifaires que vous allez détailler lorsque l'on abordera des notions de marges commerciales ou de production.

# LES MOYENS UTILISES

Ceux-ci peuvent se décliner autour de 3 grandes catégories.

## LES MOYENS HUMAINS

En fonction de l'importance de votre projet, il sera nécessaire d'identifier les moyens humains et les compétences dont vous avez besoin pour mener à bien le développement de votre entreprise.

Cela concerne des moyens opérationnels : commerciaux, techniciens, ouvriers... Aussi bien que les moyens logistiques autour de la gestion administrative de l'équipe de direction.

Il conviendra d'évoquer les partenaires et les compétences externalisées : avocats, conseils, experts comptables, etc.





## LES MOYENS MATÉRIELS

Ceci concerne :

LOCAUX DE BUREAUX, DE  
PRODUCTION, OU DE STOCKAGE

Identifier ces derniers et les coûts qui y sont liés, le temps également nécessaire pour qu'ils soient opérationnels.

### LES MOYENS MATÉRIELS

Il s'agit des équipements, des machines, de matériels de stockage et les véhicules.

Il sera possible d'évoquer la manière dont ils seront financés, c'est-à-dire soit achetés soit pris en location en fonction les opportunités ou des nécessités.

### LES MOYENS INFORMATIQUES ET BUREAUTIQUES

Avez-vous besoin de logiciels spécifiques ou d'installations informatiques particulières. Chaque fois, il faudra identifier le besoin, le fournisseur et les coûts d'acquisition de formation du personnel.

# LES FRAIS GENERAUX

L'activité d'une entreprise nécessite une multitude de charges externes qui ne sont pas directement intégrées dans la production ou dans les services vendus.

Ils sont classifiés dans la rubrique dite des frais généraux. Il est important de les lister de manière exhaustive et de les chiffrer au moins dans l'annexe financière du business plan...

Bien souvent, ces frais seront des charges fixes (qui ne varient pas directement en fonction du chiffre d'affaires) mais ils devront être couverts par la réalisation de la marge brute. La connaissance de ce chiffre est essentiel pour déterminer le seuil de rentabilité.

Pour la première année, s'il s'agit d'une création, il est préférable d'isoler les frais de constitution ou bien les frais spécifiques au lancement du projet, que l'on ne retrouvera pas au cours des exercices.



## LA STRUCTURE JURIDIQUE ET LE STATUT DU DIRIGEANT

Le projet, quel qu'il soit, sera réalisé dans une structure adaptée. Il pourra s'agir d'une micro-entreprise ou bien d'une société.

Il conviendra de préciser qui seront les associés, le montant du capital de la société et le mode de gouvernance retenu.

Il sera nécessaire de préciser le statut social du dirigeant.

Là aussi, les choix doivent être motivés précis et adaptés.

## LES OPTIONS FISCALES

La structure choisie est une chose, mais elle engendre des options fiscales que ce soit en matière de TVA ou en matière d'imposition du résultat. Il conviendra d'en tenir compte et d'en évaluer les conséquences.

## PRÉVISIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires doit être déterminé en fonction des produits ou des services ainsi que de la politique de prix que vous avez détaillé au début du business plan. Il s'agit d'être avant tout réaliste.

En même temps que vous déclinez vos prévisions de chiffre d'affaires sur la durée de votre prévisionnel, c'est-à-dire entre 3 et 5 ans, vous déterminerez également le niveau de marge brute que vous escomptez dégager de vos activités.



## SEUIL DE RENTABILITÉ

Le niveau de marge brute vous permettra de déterminer le seuil de rentabilité, c'est-à-dire le niveau de chiffres d'affaires qu'il convient de réaliser à un taux de marge donné pour couvrir l'ensemble des frais fixes de l'entreprise.

Ce chiffre est un indicateur fondamental. Il vous permet de déterminer le niveau de chiffre d'affaires nécessaire à partir duquel l'entreprise devient bénéficiaire.

Le niveau d'activité pourra être exprimé soit de manière annuelle, mensuelle voir hebdomadaire pour un restaurant par exemple.

Il permettra au chef d'entreprise de définir ses priorités en fonction des objectifs qui sont liés alors à la rentabilité de la société.

Il pourra ainsi adapter sa politique de marge et de prix, ou sa politique commerciale en fonction des résultats obtenus.

# TROISIEME PARTIE : LE FINANCEMENT DU PROJET

## FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS

Tous les éléments du projet sont identifiés et expliqués. Il reste une étape importante qui consiste à expliquer ce qui devra être financé, et cela, par typologie de financement et déterminer les besoins.

On parlera alors du financement du haut de bilan.

Les investissements peuvent être financés par des capitaux propres ou des emprunts à moyen ou long terme, ou encore par d'autres moyens de financements comme la location ou le crédit-bail.



# FINANCEMENT DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (CYCLE D'EXPLOITATION)

Dans une seconde partie, il faudra s'attacher au financement du cycle d'exploitation. On parlera de financement du besoin en fonds de roulement qui peut être particulier dès que l'activité connaît une forte saisonnalité ou que l'on prévoit une forte croissance.

Des financements devront être prévus pour accompagner l'accroissement des stocks et des en-cours client.

Ce besoin devra être déterminé avec soin et précision pour réagir rapidement en cas de besoin. Pour une création, ce financement peut être inclus dans les emprunts de départ.

## TRÉSORERIE

La trésorerie est le nerf de la guerre. Les besoins ou les excédents doivent être identifiés au mieux. En annexe, vous pourrez détailler les flux au moins de la première année. Il conviendra de ne pas être trop optimiste et de mettre en place un suivi de trésorerie adapté.

# QUATRIÈME PARTIE : ANNEXE FINANCIERE ET PREVISIONNELLE



Vous venez d'exposer dans le détail l'ensemble de votre projet. Il reste désormais de le traduire en données chiffrées et structurées sur la période retenue, c'est-à-dire de 3 à 5 ans.

Cette partie sera déclinée selon la trame décrite ci-dessous, mais qui peut varier en fonction de l'activité ou l'importance du projet, mais on peut ainsi retenir.

- Le tableau des investissements et des amortissements
- La détermination des frais d'installation ou de premier établissement
- Les frais de personnel
- Les frais de locaux et de matériel
- Les frais généraux
- Le prévisionnel de chiffre d'affaires et de marge brute
- Le compte de résultat ou les soldes intermédiaires de gestion
- Le plan de financement à 3 ou 5 ans
- L'évolution du FRNG (haut de bilan)
- Le plan de trésorerie à 12 mois.

# CONCLUSION

La rédaction d'un business plan est en fait assez complexe, car elle fait appel à des connaissances sérieuses en matière de gestion, de comptabilité et de financement.

Il s'agit pour le porteur de projet de synthétiser les éléments fondamentaux de son développement l'idéal est qu'il puisse participer à sa rédaction et se l'approprier. Le professionnel étant là pour l'aider dans son approche méthodologique et dans sa cohérence.

N'hésitez pas à nous contacter pour vous aider dans cette démarche de co-construction.

Il peut être intéressant également de la regarder à posteriori pour identifier les points qui se sont déroulés comme prévu et ceux qui ont dévié de la trajectoire.



ANAXIA FINANCE

[www.anaxia.fr](http://www.anaxia.fr)

Hervé LEGUAI

8 Chemin de la Noue  
21600 LONGVIC

06.07.54.35.56

[hl@anaxia.eu](mailto:hl@anaxia.eu)